

## **Dramaturgi di Media Sosial: Fenomena Penggunaan *Second Account* di *Instagram* pada Kalangan Mahasiswa**

Marleni Rahayu

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Email Korespondensi: marlenirahayu@student.uir.ac.id

Diterima: 20-11-2024    Disetujui: 03-12-2024    Diterbitkan: 20-12-2024

### **Abstrak**

Sosial media menjadi sumber informasi bagi masyarakat bersanding dengan media lainnya seperti televisi, radio dan sebagainya. Salah satu media sosial paling populer saat ini adalah Instagram. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi Instagram juga turut membuat mengapa Instagram begitu populer. Munculnya fenomena *second account* sebenarnya terbilang baru terkait dengan semakin populernya sosial media Instagram. Istilah *second Account* sebenarnya tidak hal baku untuk menentukan akun ini merupakan *second account* maupun *first account*. Adapun tujuan penelitian ini adalah bagaimana penggunaan *second account* di Instagram pada kalangan mahasiswa/I Forum Studi Islam (FSI) Universitas Islam Riau jika ditinjau dari teori dramaturgi. Di dalam teori dramaturgi, terdapat konsep *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Dalam *front stage*, Goffman membedakan antara *setting* dan *front personal*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling* di lingkungan Forum Studi Islam Universitas Islam Riau. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Goffman dimana terdapat perbedaan penggunaan pada panggung depan *second account* bila dibandingkan dengan panggung depan akun utama dan panggung depan walaupun tidak terjadi keseluruhan keseluruhan dan secara umum *second account* digunakan sebagai berdakwah, berkarya maupun ekspresi dirinya dalam sisi berbeda.

**Kata Kunci:** Dramaturgi, Instagram, *Second Account*, FSI

### **Abstract**

*Social media is a source of information for the community along with other media such as television, radio and others. One of the most popular social media is Instagram. The ease of using the Instagram application is also the reason why Instagram is so popular. The emergence of the second account phenomenon is*

*actually relatively new due to the growing popularity of social media Instagram. The term second account is actually not a standard thing to determine whether this account is the second account or the first account. The purpose of this study is how to use a second Instagram account among students of the Islamic Studies Forum (FSI) of Riau Islamic University when viewed from the dramaturgy theory. In dramaturgy theory, there are concepts for the front stage and the back stage. On the front stage, Goffman distinguished between setting and front personal. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques of observation, interviews and documentation. Retrieval of informants using purposive sampling technique at the Islamic Studies Forum Riau Islamic University. The results of this study are in accordance with Goffman's theory where there are differences in the use of the second account front stage when compared to the main account and the front stage, although there is no overall and in general the second account is used as da'wah, work and self-expression in different ways.*

**Keywords:** *Dramaturgy, Instagram, Second Account, FSI*

## PENDAHULUAN

Internet dan media sosial kini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia. Hampir setiap aktivitas sehari-hari selalu melibatkan penggunaan internet maupun media sosial. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 175,4 juta dari total penduduk sebanyak 272,1 juta jiwa. Selain itu, data dari *We Are Social* (2020) menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta orang, yang berarti lebih dari 50% dari total populasi nasional. Hal ini memperlihatkan betapa signifikannya kehadiran media sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Salah satu platform media sosial yang paling populer adalah Instagram, terutama di kalangan anak muda yang ingin menunjukkan eksistensinya di dunia maya. Menurut data *We Are Social* tahun 2020, pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 63 juta jiwa. Popularitas Instagram tidak lepas dari kemudahan penggunaannya—setelah diunduh, pengguna cukup mendaftar dan langsung dapat mengakses berbagai fitur menarik. Tidak heran jika aplikasi ini telah diunduh lebih dari satu miliar kali di Play Store.

Instagram juga telah berkembang menjadi sumber informasi alternatif yang bersaing dengan media konvensional seperti televisi dan radio. Sejak didirikan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di bawah perusahaan Burbn, Inc., Instagram menjadi media sosial yang terus mengalami inovasi hingga kini dan tetap menjadi favorit masyarakat global, termasuk di Indonesia.

Seiring meningkatnya penggunaan Instagram, muncul pula fenomena “second account” atau akun kedua. Istilah ini tidak memiliki definisi baku dalam menentukan urutan pembuatan akun. Secara umum, first account dianggap sebagai akun utama, sedangkan second account adalah akun tambahan. Namun, dalam praktiknya, bisa saja yang disebut second account adalah akun yang dibuat lebih dahulu, tergantung pada fungsi dan isi kontennya.

Keberadaan second account mencerminkan adanya perbedaan isi dan segmentasi audiens antara satu akun dengan akun lainnya. Biasanya, first account digunakan untuk konten formal atau publik, sedangkan second account digunakan untuk membagikan konten yang bersifat lebih pribadi, sensitif, atau ekspresif. Oleh karena itu, second account sering kali diatur dalam mode privat agar kontennya hanya bisa dilihat oleh orang-orang tertentu yang telah diseleksi.

Pengguna Instagram didominasi oleh kalangan muda. Menurut *We Are Social* (2020), rentang usia pengguna tertinggi berada pada kelompok usia 18–24 tahun dan 25–34 tahun. Mahasiswa termasuk dalam kelompok usia ini dan merupakan pengguna aktif Instagram. Mereka sering mengabadikan momen, peristiwa, dan karya mereka untuk diunggah sebagai bentuk aktualisasi diri dan untuk membentuk citra positif di dunia maya. Tak jarang pula Instagram digunakan sebagai media untuk mengumpulkan tugas kuliah, baik dalam bentuk foto maupun video.

Di kalangan mahasiswa Universitas Islam Riau, penggunaan second account cukup umum. Second account ini biasanya berisi hal-hal yang tidak ditampilkan di akun utama seperti candaan, konten absurd, pendapat sensitif, curahan hati, hingga sindiran. Ada pula yang menggunakan second account untuk keperluan khusus seperti tugas kuliah, hobi, atau konten yang bersifat eksperimental. Tujuannya adalah untuk menunjukkan sisi lain dari diri mereka, tanpa takut terhadap penilaian negatif dari publik karena akun tersebut bersifat privat dan hanya bisa diakses oleh pengikut yang telah disetujui.

Keuntungan lain dari second account yang bersifat privat adalah munculnya anonimitas. Anonimitas ini memungkinkan pengguna untuk lebih bebas berekspresi, memberikan komentar, melihat akun lain tanpa ketahuan (stalking), serta menggunakan nama pengguna yang tidak mencerminkan identitas asli. Hal ini memberikan ruang yang aman dan nyaman untuk menampilkan ekspresi diri secara lebih otentik.

Fenomena penggunaan first dan second account dapat dianalisis melalui *Teori Dramaturgi* dari Erving Goffman. Dalam teori ini, kehidupan sosial dianalogikan seperti sebuah panggung drama yang terbagi menjadi dua bagian: *front stage* dan *back stage*. *Front stage* adalah tempat individu menampilkan citra terbaiknya di depan publik, sedangkan *back stage* adalah ruang di mana individu menunjukkan jati dirinya yang lebih personal. Dalam

konteks ini, first account berperan sebagai front stage, sementara second account menjadi back stage. Teori ini menekankan adanya ketegangan antara "I" (diri sejati) dan "Me" (diri yang disesuaikan dengan harapan sosial), seperti yang juga dijelaskan oleh George Herbert Mead.

Forum Studi Islam (FSI) merupakan salah satu organisasi mahasiswa di Universitas Islam Riau yang aktif menyelenggarakan kegiatan keislaman, seperti seminar, pengajian, dan aktivitas dakwah lainnya. Organisasi ini terdapat di seluruh fakultas dan berada di bawah naungan Unit Kegiatan Mahasiswa Islam (UKMI) Al-Kahfi. Aktivitas positif mereka seringkali juga tercermin melalui unggahan konten islami di media sosial, terutama Instagram, baik melalui feed maupun instastory.

Menariknya, beberapa anggota FSI juga menggunakan second account dengan alasan tertentu. Meski konten utama mereka adalah dakwah dan ajakan kebaikan, mereka tetap memerlukan ruang personal untuk mengekspresikan sisi lain dari diri mereka. Dengan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk mengangkat judul "Dramaturgi Dalam Sosial Media: Penggunaan Second Account di Instagram pada Kalangan Mahasiswa/i Forum Studi Islam (FSI) Universitas Islam Riau" sebagai kajian ilmiah dalam memahami dinamika identitas digital dan manajemen citra sosial di era media baru ini.

## **KERANGKA TEORI**

### **Teori Dramaturgi**

Teori dramaturgi dikembangkan oleh Erving Goffman, seorang sosiolog terkemuka yang lahir di Manville, Alberta, Kanada pada 11 Juni 1922 dan wafat pada 19 November 1982. Saat menempuh pendidikan sarjana di Universitas Toronto, Goffman dipengaruhi oleh pemikiran W. L. Warmer, seorang antropolog sosial. Kemudian, ketika melanjutkan studi magister di Universitas California, ia banyak menyerap gagasan dari tokoh-tokoh interaksionisme simbolik seperti Herbert Mead, Charles Horton Cooley, dan William Isaac Thomas. Keterpengaruhannya terhadap pemikiran interaksionisme simbolik ini membentuk landasan bagi Goffman dalam mengembangkan pendekatan sosiologis yang fokus pada kajian empiris kehidupan sehari-hari.

Karya Goffman yang paling monumental adalah *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), yang menjadi dasar dari teori dramaturgi. Dalam karya ini, Goffman mengupas bagaimana individu menampilkan diri dalam interaksi sosial. Ia mengadopsi gagasan dari Mead mengenai hubungan antara "I" dan "Me", namun mengembangkan pandangannya sendiri. Menurut Goffman, terdapat ketegangan antara "I" (diri autentik) dan "Me" (diri hasil sosialisasi), yang mencerminkan ketidaksesuaian antara siapa kita sebenarnya dan peran sosial yang diharapkan orang lain. Ketegangan ini

menjadi inti dalam pemahamannya terhadap konstruksi sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Teori dramaturgi mengenalkan dua konsep utama: *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Di panggung depan, Goffman membedakan antara *setting* dan *front personal*. *Setting* mengacu pada lingkungan fisik yang mendukung peran aktor, sedangkan *front personal* mencakup perlengkapan dan simbol-simbol yang menyampaikan hubungan emosional antara aktor dan penonton (Nur, 2010:48). Contoh konkret dapat dilihat dalam pertandingan sepak bola, di mana *setting* mencakup lapangan, papan skor, dan ruang pemain, sementara *front personal* terlihat dari atribut seperti seragam dan gaya khas pemain serta supporter.

*Front personal* sendiri terdiri dari dua elemen penting: *penampilan* dan *gaya*. *Penampilan* menyampaikan status sosial aktor melalui simbol visual seperti pakaian atau atribut tertentu, sedangkan *gaya* menggambarkan bagaimana peran tersebut dijalankan. Dalam konteks seni pertunjukan, hal ini tercermin dalam pemilihan peran yang sesuai dengan fisik atau karakter tertentu. Misalnya, dalam pertunjukan komedi, aktor dengan postur tinggi besar mungkin memerankan tokoh lurah, sementara aktor bertubuh kecil akan berperan sebagai pembantu. Untuk membangun hubungan dengan penonton, aktor bisa bersikap akrab atau sebaliknya, menciptakan kesan mistifikasi dengan menjaga jarak agar menimbulkan kekaguman.

Sementara itu, *back stage* adalah ruang di mana aktor bisa melepaskan peran yang ditampilkannya di panggung depan. Di ruang ini, fakta-fakta yang sesungguhnya sering disembunyikan dari penonton. Ruang seperti kamar ganti atau tempat istirahat menjadi area privat yang tak boleh diakses publik karena di sanalah aktor bisa mengekspresikan dirinya secara lebih jujur. Di luar kedua panggung itu, Goffman juga mengemukakan adanya *bidang residual*, yaitu situasi yang tidak termasuk dalam *front stage* maupun *back stage*, di mana individu berperan sebagai dirinya sendiri secara natural.

Dalam praktik interaksi sosial, Goffman juga memperkenalkan konsep *jarak peran (role distance)*, yakni kondisi ketika seseorang tidak dapat memainkan perannya secara maksimal karena tekanan dari banyaknya peran yang harus dijalankan secara bersamaan. Dalam hal ini, individu membawa stigma sosial, yaitu kewajiban untuk bertindak sesuai harapan masyarakat, meskipun tidak mencerminkan keinginannya sendiri. Goffman menekankan bahwa dalam setiap interaksi, individu selalu memainkan semacam sandiwara sosial, dalam banyak hal merupakan hasil dari imitasi dan konstruksi sosial.

Sebagai teori sosial, dramaturgi memiliki keunikan dibandingkan pendekatan mikro lainnya. Keunikan tersebut terletak pada pendekatan panggung, konsep *front stage* dan *back stage* yang sebelumnya belum banyak disentuh oleh teori sosial lain. Max Weber, misalnya, melalui paradigma *definisi sosial*, memandang bahwa tindakan manusia digerakkan oleh motif internal atau *in order to motive*. Namun, pendekatan Weber ini dinilai belum

cukup menjelaskan mengapa individu dapat menampilkan wajah atau perilaku yang berbeda-beda dalam konteks sosial yang berbeda pula. Oleh karena itu, teori Goffman hadir dengan tawaran konseptual yang lebih kompleks untuk memahami performativitas sosial secara mendalam.

## Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk platform Instagram itu sendiri (Hamidullah, 2018:477). Salah satu keunggulan Instagram adalah kemampuannya untuk memotong foto menjadi bentuk persegi, memberikan kesan seperti foto dari kamera polaroid atau instamic. Instagram dapat diunduh melalui Apple App Store dan Google Play, serta digunakan di berbagai jenis smartphone.

Nama Instagram berasal dari dua kata: "insta," yang berarti instan, merujuk pada kamera polaroid yang dikenal sebagai kamera instan, dan "gram," yang berasal dari kata telegram, yang berarti pengiriman informasi cepat. Nama ini akhirnya disatukan menjadi "Instagram," yang kini telah dikenal luas di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Aplikasi ini telah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan berkat fitur-fitur unggulannya.

Instagram pertama kali dirilis pada 6 Oktober 2010 oleh Burbn, Inc., sebuah perusahaan teknologi yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Awalnya, Burbn, Inc. memiliki fokus yang luas pada pengembangan aplikasi berbasis HTML5 untuk perangkat bergerak, namun mereka akhirnya memutuskan untuk fokus pada pengembangan fitur foto, komentar, dan "like." Pada hari pertama peluncurannya, Instagram berhasil menarik 25.000 pengguna, dan pada bulan Juli 2011, Instagram sudah memiliki 5 juta pengguna. Seiring berkembangnya platform, Instagram kemudian merilis aplikasi untuk Android pada tahun 2012, yang memungkinkan platform ini menjangkau lebih banyak pengguna di seluruh dunia.

Beberapa fitur menarik yang dimiliki Instagram antara lain adalah fitur komunikasi, yang memungkinkan pengguna untuk menemukan teman-teman baru dan meningkatkan eksistensi di platform; mengunggah foto, yang memungkinkan berbagi foto langsung dari album atau perangkat; dan IGTV, layanan video berdurasi hingga 10 menit. Selain itu, fitur kamera Instagram memungkinkan pengguna untuk mengedit foto dengan berbagai efek, sementara efek foto memberikan berbagai filter seperti Lark, Reyes, dan Juno untuk mempercantik gambar yang diunggah.

Instagram juga menawarkan fitur seperti hashtag, yang mempermudah pencarian foto menggunakan kata kunci, serta tanda suka (like), yang menandai foto yang disukai oleh pengguna lain. Foto dengan banyak tanda suka dapat muncul di halaman populer, yang memberikan lebih banyak eksposur kepada foto tersebut. Selain itu, Instagram mendukung penggunaan

arroba (@) untuk menandai pengguna lain dalam foto atau komentar, memudahkan komunikasi antar pengguna.

Keberhasilan Instagram sebagai platform sosial media terkemuka juga disebabkan oleh keunggulan-keunggulannya. Instagram memiliki user interface (UI) yang interaktif dan mudah digunakan, menjadikannya platform yang sangat menarik bagi pengguna. Keberhasilan ini juga tercermin dalam kemunculan istilah "selebgram," yang merujuk pada individu yang terkenal di Instagram. Popularitas Instagram membuka peluang bagi para penggunanya untuk menghasilkan uang dari endorsement dan memanfaatkan platform ini sebagai marketplace yang menghubungkan penjual dan pembeli secara langsung.

Selain itu, Instagram memungkinkan para pengguna untuk menonjolkan personal branding melalui penggunaan hashtag yang tepat, yang dapat meningkatkan visibilitas mereka di platform. Instagram juga memenuhi kebutuhan pengguna untuk berinteraksi dengan komunitas yang memiliki passion yang sama, menciptakan pengalaman yang lebih bermakna dan memotivasi penggunanya untuk lebih produktif.

## Pemanfaatan Sosial Media

Sosial media, seperti yang dijelaskan oleh Arif (2016:1), merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk saling bersosialisasi, berbagi informasi, dan menjalin kerja sama. Terdapat berbagai jenis sosial media, seperti forum yang memungkinkan pengguna berbagi informasi dan berkomentar sesuai subtopik tertentu, seperti Kaskus dan Indowebster. Selain itu, ada juga blog yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan mengelola konten mereka sendiri, seperti yang ada di Blogspot atau WordPress. Microblog, seperti Twitter, memungkinkan pengguna untuk berbagi pembaruan singkat, sementara social networking seperti Facebook dan LinkedIn memfasilitasi interaksi sosial dengan menambah teman dan berdiskusi. Media sosial untuk berbagi foto dan video, seperti Instagram dan YouTube, serta platform seperti Wikipedia yang memungkinkan pengeditan artikel, juga termasuk dalam kategori sosial media yang ada.

Sosial media memiliki dampak positif dan negatif tergantung pada bagaimana pengguna memanfaatkannya. Di sisi positif, sosial media membantu pengguna untuk mendapatkan informasi, seperti informasi beasiswa atau lowongan kerja, serta menjalin silaturahmi dengan teman-teman lama dan baru meskipun terpisah jarak. Sosial media juga memfasilitasi pembentukan komunitas bagi mereka yang memiliki hobi atau minat yang sama, serta mempermudah proses branding baik bagi personal maupun perusahaan. Selain itu, sosial media menjadi sarana untuk promosi produk dan jasa, menggalang bantuan untuk kegiatan sosial, dan mengekspresikan diri.

Namun, sosial media juga membawa dampak negatif, seperti kemudahan dalam pembuatan akun palsu yang dapat digunakan untuk penipuan atau kejahatan lainnya. Selain itu, sosial media dapat menyebarkan perilaku negatif, seperti hoaks atau foto yang tidak pantas hanya untuk menarik perhatian. Tindakan seperti menyebarkan virus melalui tautan yang mengarah pada konten berbahaya juga menjadi salah satu masalah yang muncul. Oleh karena itu, bijak dalam menggunakan sosial media sangat penting untuk menghindari dampak negatif.

Untuk mengoptimalkan penggunaan sosial media, penting untuk mengenali tipe-tipe pengguna yang ada. Tipe umum memanfaatkan sosial media untuk bersosialisasi dan mencari informasi. Tipe pelajar menggunakan sosial media untuk mendukung pembelajaran, meskipun mereka perlu membatasi akses agar tidak mengganggu aktivitas pendidikan. Tipe karyawan memanfaatkan sosial media untuk promosi diri dan mencari peluang pekerjaan, sedangkan tipe pedagang menggunakannya untuk berjualan dan menjalin hubungan bisnis.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang merupakan bidang penyelidikan mandiri yang mengkaji fenomena secara mendalam dalam konteks alamiah (Rukin, 2019:1). Penelitian kualitatif melibatkan berbagai disiplin ilmu dan tema, sering kali melibatkan konsep yang rumit dan saling terkait, seperti positivisme, post-strukturalisme, dan kajian kultural dengan pendekatan interpretif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna di balik fenomena yang terjadi, dengan peneliti sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data melalui teknik purposive sampling dan triangulasi. Penelitian ini bertujuan untuk menafsirkan fenomena melalui pengumpulan data yang bersifat induktif dan lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Peneliti memilih mahasiswa Universitas Islam Riau yang memiliki akun kedua di Instagram sebagai subjek penelitian. Instagram dipilih karena popularitasnya yang tinggi, terutama di kalangan mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah purposive sampling, yang memungkinkan peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa aktif yang memiliki akun Instagram kedua dan aktif mengunggah konten. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi digunakan untuk menggali lebih dalam fenomena yang ada.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Riau, dengan waktu penelitian yang terbagi dalam beberapa tahap mulai dari persiapan, riset lapangan, pengolahan data, hingga ujian dan revisi skripsi. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka dan penelusuran online yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara

terstruktur dan tidak terstruktur, observasi, dan dokumentasi, yang semuanya dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan.

Untuk memeriksa keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai metode dan sumber yang berbeda. Triangulasi sumber dan metode digunakan untuk memastikan kebenaran informasi yang diperoleh dan memperkuat hasil penelitian. Selain itu, analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif analitis untuk mendeskripsikan fenomena yang ada dan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang permasalahan yang diteliti.

## PEMBAHASAN

Konsep panggung depan dan panggung belakang merupakan bagian dari teori yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Panggung depan menggambarkan pertunjukan yang dilakukan aktor untuk mengekspresikan diri mereka di hadapan publik, di mana muka personal dan setting diperlihatkan. Muka personal merujuk pada aspek fisik yang menunjukkan penampilan dan tingkah laku aktor, sedangkan setting mencakup tampilan fisik yang diperlukan ketika aktor memainkan perannya, seperti pakaian yang dikenakan (Ritzer dan Goffman, 2004:400). Sebaliknya, panggung belakang mencakup kehidupan asli aktor yang tidak terlihat oleh publik, di mana individu dapat bebas mengekspresikan diri tanpa memperhatikan pandangan orang lain. Panggung belakang ini sering disebut sebagai area privat.

Dalam penelitian ini, mahasiswa anggota Forum Studi Islam (FSI) Universitas Islam Riau menggunakan dua akun Instagram, akun utama dan second account, untuk mengekspresikan berbagai sisi kehidupan mereka. Akun utama mereka cenderung menampilkan sisi positif dengan mengunggah konten yang motivatif dan islami, sementara second account digunakan untuk mengekspresikan sisi pribadi mereka, seperti karya seni atau kegiatan pribadi yang lebih bebas. Misalnya, beberapa informan menggunakan second account sebagai wadah untuk berkarya, seperti dalam bidang fotografi dan desain seni, meskipun awalnya hanya sebagai hobi.

Selain itu, dakwah menjadi salah satu cara mereka memanfaatkan akun utama. Dakwah di media sosial dilakukan dengan cara mengunggah foto, video, atau caption yang mengajak orang untuk berbuat kebaikan, sesuai dengan ajaran Islam. Para informan dalam penelitian ini, seperti Fadlul, Dendi, dan Refno, memanfaatkan akun utama mereka untuk menyebarkan pesan-pesan motivasi islami, baik melalui foto, video, maupun tulisan. Dalam konteks ekspresi diri, sosial media memungkinkan mereka untuk menunjukkan identitas mereka secara positif, namun juga memberikan kebebasan melalui second account untuk mengekspresikan sisi lain dari diri mereka tanpa khawatir akan pandangan publik.

Konsep dramaturgi ini tercermin dalam penggunaan second account, yang memberikan ruang bagi pengguna untuk menampilkan diri dengan cara yang lebih bebas dan nyaman. Beberapa informan merasa lebih aman dan nyaman mengekspresikan diri di second account karena mereka dapat memfilter siapa yang boleh mengikuti akun tersebut, sehingga menciptakan rasa aman untuk menampilkan sisi lain dari diri mereka yang tidak ditunjukkan di akun utama. Sebagai contoh, Recha merasa lebih bebas di second account karena hanya teman-teman dekat yang bisa mengaksesnya, dan dia merasa tidak canggung menampilkan dirinya secara lebih pribadi.

Secara keseluruhan, penggunaan kedua akun ini mencerminkan bagaimana individu mengelola identitas mereka di dunia maya melalui konsep panggung depan dan belakang yang dikemukakan oleh Goffman, di mana mereka memilih untuk menampilkan berbagai aspek diri mereka secara berbeda tergantung pada audiens yang mereka tuju.

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa pada *front stage* akun utama, para informan hampir selalu menunjukkan sisi positif diri mereka, dengan banyak dari mereka yang aktif memposting konten dakwah dan menunjukkan semangat berorganisasi. Namun, penggunaan second account memperlihatkan perbedaan yang lebih jelas. Beberapa informan memanfaatkan second account untuk menyalurkan hobi berkarya di bidang seni, seperti fotografi dan desain. Selain itu, ada juga yang menggunakan second account sebagai tempat untuk mengekspresikan sisi lain dari diri mereka yang tidak ditampilkan di akun utama, seperti kebebasan dalam memilih audiens dan mengatur siapa yang boleh mengikuti akun tersebut.

Di balik tampilan *front stage* baik di akun utama maupun second account, terdapat kehidupan nyata yang hanya diketahui oleh orang-orang terdekat. Beberapa informan menunjukkan bahwa kehidupan mereka di dunia nyata hampir sejalan dengan apa yang mereka tunjukkan di media sosial, seperti konten dakwah yang sesuai dengan pengakuan orang terdekat yang memang mendalami Islam. Namun, ada juga yang jarang mengunggah apapun di media sosial, meskipun di kehidupan nyata mereka sangat sibuk dengan berbagai kegiatan. Perbedaan ini menggambarkan bagaimana ekspresi diri yang ditunjukkan di media sosial, terutama di akun utama, mencerminkan kehidupan nyata mereka, namun tetap ada perbedaan antara identitas yang ditampilkan di *front stage* dan kehidupan pribadi mereka di *back stage*.

Penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan-perbedaan yang jelas antara kehidupan nyata dan identitas yang ditampilkan di media sosial, di mana para informan melakukan dramaturgi untuk menunjukkan siapa mereka melalui penggunaan akun utama dan second account di Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Farid dan Hamidullah Ibd. 2018. Media Literasi Sekolah. Semarang: Pilar Nusantara
- Alamanda MPM. 2019. "Interaksi Mahasiswa di kota Bandung Dalam Menggunakan Second Account di media Sosial Instagram". Universitas Padjadjaran. Fakultas Ilmu Komunikasi. Sumedang
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV. Jejak.
- Bimo M. 2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). 16(01):151-160.
- Burhan, Bungin. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo.
- Dwi, R dan Preciosa AJ. 2018. "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account di Instagram Sebagai Alter Ego". Universitas Padjadjaran. Fakultas Ilmu Komunikasi. Sumedang.
- Eko S. 2016. Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. 4(1): 173-190.
- Fitrah, Muh dan Luthfiyah. 2017. Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus. Sukabumi: CV Jejak.
- Gunawan, Fahmi dkk. 2018. Religion Society Dan Social Media. Sleman: Deepublish.
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada 22 September 2020 pukul 11.00 WIB
- <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-danperilaku-pengguna-internet-indonesia-2018> diakses pada 22 September 2020 pukul 14.00 WIB
- <https://www.google.com/amp/s/idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-fitur-igtv-instagram-tv-fitur-terbaru-instagram/amp> diakses pada 12 Oktober 2020 pukul 10.00 WIB
- Iin S. 2017. Personal Branding Ludya Cynthia Bella Melalui Instagram ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). 8(2): 30-38.
- Jita W. 2019. Interaksi Sosial Di Media Sosial Dalam Perspektif Dramaturgi (Studi Kasus Pengguna Whatsapp dan Instagram Kelompok Ibu-Ibu Seven Squad di SD Ruhama)
- Koesmowidjojo, Suci R. 2021. Dasar-Dasar Komunikasi. Jakarta: Gramedia.
- Lexy J, Moloeng. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mukhtazar. 2020. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media.
- Mulyana, Dedi. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rahmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Ber-social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Restuningrum P , Intris dan Nuriyatul. 2018. "Representasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter". Universitas Diponegoro. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik.Semarang.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta:Deepublish.
- Rosa HS. 2019. "Analisis Pengguna Instagram Di Kalangan Mahasiswa Universitas BAKRIE Yang Memiliki Second Account Menggunakan Communication Pivacy Management Theory". Universitas Bakrie. Ilmu Komunikasi. Jakarta.
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan:Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Syahputro, Eko Nur. 2020. *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Gresik: Caramedia Communication.
- Syam, Nur. 2010. *Agama Pelacur :Dramaturgi Trasendental*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Tambajong, Japi. 1981. *Dasar-Dasar Dramaturgi*. Jakarta: Pustaka Prima
- Tika M. 2017. *Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi: Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam*. 41(2):240-251.